MARKETING ON-LINE E 2.0

- LE AZIENDE DEVONO OFFRIRE VALORE REALE AI LORO CLIENTI E NON INTRODURSI NELLE LORO VITE
- IL MARKETING ON-LINE È IL MARKETING CON IL PIÙ RAPIDO TASSO DI CRESCITA

I SOCIAL MEDIA

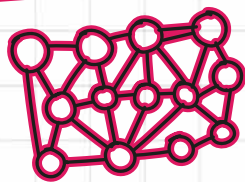
SONO UN VIALE CHE L'AZIENDA DEVE PERCORRERE PER IMPLEMENTARE BRAND AWARENESS E BRANDING ONLINE

BLOG – BLOGGER – INFLUENCER

- BLOG → POST
- BLOGGER → PERSONA SPECIALIZZATA
- INFLUENCER → LAVORA NEL SETTORE DI CUI PARLA

MODELLI DI BUSINESS ON-LINE

1. C2C CONSUMER TO CONSUMER
2. B2C BUSINESS TO CONSUMER
3. B2B BUSINESS TO BUSINESS
4. C2B CONSUMER TO BUSINESS

COMUNICAZIONE 2.0

I VANTAGGI DEL DIGITALE DIPENDONO DA

1) AMPIEZZA DEL TARGET DI COMUNICAZIONE
2) PROFONDITÀ DEL MESSAGGIO
3) INTENSITÀ RELAZIONALE

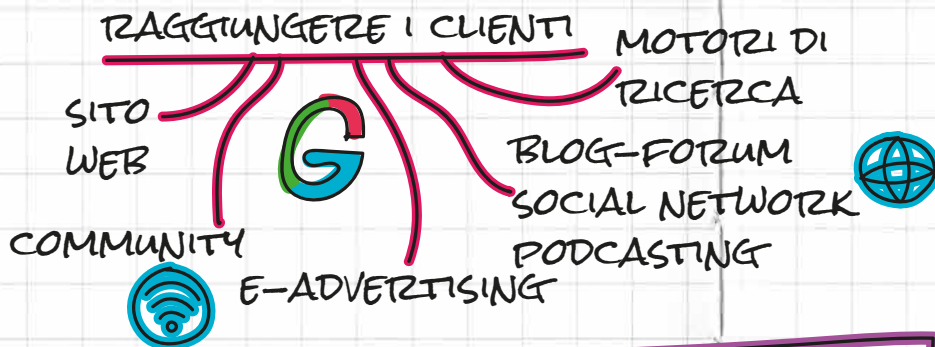
RAGGIUNGERE I CLIENTI

- SITO WEB
- COMMUNITY
- E-ADVERTISING
- MOTORI DI RICERCA
- BLOG-FORUM
- SOCIAL NETWORK
- PODCASTING

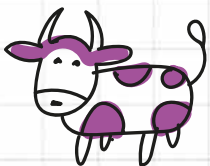
PERMISSION MARKETING

"PRIVACY" STRATEGIA PER OTTENERE OK A INVIO MAIL DI MARKETING

INTERNET MARKETING PLAN

PIANO DETTAGLIATO STRATEGIE INTERNET MARKETING

PURPLE COW

LA MUCCA VIOLA

SETH GODIN

"STRAORDINARIO È TUTTO CIÒ CHE EMERGE DAL CONSUETO"

CURVA DI DIFFUSIONE IDEE

EARLY ADOPTERS PROVANO E PROMUOVONO NUOVI PRODOTTI

IL PRIMO PASSO È SVILUPPARE UN SITO WEB → ALLEANZE COMMERCIALI → MARKETING VIRALE (VIDEO – EMAIL – EVENTI)

→ SPONSORIZZAZIONI

DIFFUSORI DI VIRUS

CHI AMA CAMBIAMENTO E NOVITÀ